

PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BCA SYARIAH CABANG ASIA AFRIKA BANDUNG

EFFECT OF INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE COMMUNICATION TO CUSTOMER SATISFACTION BANK BCA SYARIAH BRANCH OF ASIA AFRICA BANDUNG

Rizka Rulyanti ¹, Yuliani Rachma Putri, S.IP., M.M ²

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹Rizkarulyanti@gmail.com, ²Yuliani.Nurrahman@gmail.com

ABSTRAK

Pelayanan dalam dunia perbankan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Dalam memberikan pelayanan, bank tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *customer service*. *Customer service* yang melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, *customer service* dalam berhubungan dengan para nasabah selalu berusaha agar menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal pada *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan dilakukan dengan menggunakan *non-probability sampling* jenis *incidental sampling* pada nasabah Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan uji hipotesis parsial (Uji-t) komunikasi interpersonal *customer service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung sebesar 77,2% dan sisanya 22,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, promosi, dll.

Kata kunci : komunikasi interpersonal, *customer service*, kepuasan nasabah

ABSTRACT

Service in the world of banking is a very important thing in determining the success of a company in facing competition. In providing services, the bank certainly requires all employees and personalities in it to provide the best service, especially customer service. Customer service that serves customers must have the ability to serve customers precisely and quickly. To increase customer satisfaction, customer service in dealing with customers always strives to attract attention and influence consumers. The purpose of this research is to find out and analyze the influence of interpersonal communication on customer service on customer satisfaction at the BCA Asia Branch of BCA Syariah Bank Bandung. The type of research used is associative research. Sampling is done by using incidental sampling type non-probability sampling on customers of Bank BCA Syariah Asia Asia Bandung Branch, with a total of 100 respondents. The data analysis technique used is descriptive analysis and simple linear regression analysis. Based on the partial hypothesis test (t-test) customer service interpersonal communication has a significant effect on customer satisfaction Bank BCA Syariah Asia Africa Branch Bandung at 77.2% and the remaining 22.8% is influenced by other factors such as service quality, promotion, etc.

Keywords: interpersonal communication, customer service, customer satisfaction

1. PENDAHULUAN

Pelayanan dalam dunia perbankan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Perbankan dituntut untuk semakin meningkatkan pelayanannya, karena nasabah semakin meningkat mobilitas dan kebutuhannya. Untuk dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat sudah menjadi keharusan agar bank memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat yang memerlukan jasa-jasa perbankan

Salah satu bank syariah yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan operasionalnya adalah Bank BCA Syariah. Pencapaian yang diperoleh adalah pada tahun 2016 PT Bank BCA Syariah (BCA Syariah) kembali menerima penghargaan sebagai apresiasi atas kualitas pelayanan perbankan terbaik yang selama ini diberikan kepada para nasabah. Dalam ajang *Contact Center Service Excellence Award (CCSEA) 2016*, BCA Syariah meraih predikat terbaik yaitu *Exceptional Service Performance* pada kategori Sharia Banking. CCSE Award merupakan penghargaan yang diinisiasi *Carre Center for Customer Satisfaction Loyalty* dan *Majalah Service Excellence*.

Seorang *Customer Service* diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik, cepat, tanggap, akurat dan ramah terhadap nasabah. Pelayanan yang baik, memuaskan dan maksimal yang diberikan oleh *Customer Service*. Untuk itu kualitas pelayanan *customer service* yang baik akan menimbulkan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi.

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui komunikasi interpersonal pada bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung.
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah pada bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah pada bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Menurut Aristoteles komunikasi adalah alat dimana warga masyarakat dapat berpartisipasi dalam demokrasi (Ruben, 2002:21) dan menurut Harorl D. Lasswell, 1960.

“Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa?” (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*) (pengantar Ilmu komunikasi, 1998, hal 19, Prof. Dr. Hafied Cangara, M. Sc.) (Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 2005, hal 69, Dedy Mulyana).

2.1.2 Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito, “*Communication occurs when person (or more) sends and receives messages that are distorted by noise, occur within a context, have some effect, and provide some opportunity for feedback*”.

Maulana menterjemahkannya “Komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera” (Devito,2011:252).

Menurut Mulyana, komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Suranto, 2011:3).

2.1.3 Kepuasan Nasabah

Kotler dan Keller menyatakan kepuasan konsumen yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal – hal yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain dan tidak terlalu sensitive terhadap harga.

Sedangkan menurut Tjiptono (2011:17) menyatakan: “Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang – kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan”.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode survei dan eksperimen, yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:13).

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini tergolong ke dalam penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2015:254) statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan data tersebut tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Studi deskriptif biasanya dilakukan untuk menjelaskan variabel yang menggambarkan karakteristik seseorang, peristiwa, atau situasi yang terjadi (Sekaran dan Bougie, 2013:97).

. Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kasual adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi) menurut Sugiyono (2014: 59). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel, yaitu variabel (X) Komunikasi Interpersonal (keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan) terhadap (Y) kepuasan (*overall satisfaction, confirmation of satisfaction dan comparison of ideal*) nasabah BCA Cabang Asia Afrika Bandung.

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:115). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung sebanyak 2118 orang.

3.1.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014:116) definisi sampel yaitu sebagai berikut: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Teknik penarikan sampling yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. (Sugiyono, 2014: 84).

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%, karena dalam setiap penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%, makin besar tingkat kesalahan maka semakin sedikit ukuran sampel.

$$n = \frac{2118}{1 + 2118(0,1)^2} = 95,45 = 95$$

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 orang responden agar hasil penelitian lebih akurat maka sampel ditambah menjadi 100 responden.

3.2 Teknik Analisis Data

3.2.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2014:270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam Variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga kontan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis korelasi menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih, arahnya dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.

3.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2013:97) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Koefisien Determinasi (Kd) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien kuadrat korelasi ganda

3.2.4 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya.

Uji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan uji t. Uji parsial (t test) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah:

a. Menentukan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berhubungan dengan ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas independen yaitu komunikasi interpersonal terhadap variabel yang tidak bebas atau dependen yaitu kepuasan nasabah. Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan ke dalam hipotesis adalah:

- 1) $H_0 : \beta_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh dari Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Nasabah.
- 2) $H_a : \beta_1 \neq 0$: terdapat pengaruh dari Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Nasabah.

b. Menentukan tingkat signifikansi

1. Tingkat signifikansi yang dipilih adalah 5 % ($\alpha = 0.05$) dan derajat bebas (db) = $n-k-1$ untuk memperoleh nilai t-tabel sebagai daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.
2. Menghitung nilai t-hitung bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara menyeluruh memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Maka dapat dianalisis dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = nilai uji t

n = jumlah sampel

r = Koefisien korelasi hasil r hitung

r^2 = Koefisien Determinasi

Hasil hipotesis t-hitung dibandingkan t-tabel dengan dengan kriteria uji sebagai berikut:

- a. Jika t-hitung > t-tabel pada α 5 % maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika t-hitung < t-tabel pada α 5 % maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.4.1 Analisis Deskriptif Mengenai Komunikasi Interpersonal *Customer Service* Pada BANK BCA Cabang Asia Afrika Bandung.

tanggapan responden tentang variabel komunikasi interpersonal menghasilkan total skor actual dari keseluruhan indikator komunikasi interpersonal sebesar 2580(69,5%) yang berada dalam kategori “baik” karena berada dalam interval 68%-84%. Artinya secara keseluruhan komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Customer Service Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung dinilai sudah baik. Indikator yang menghasilkan skor tertinggi pada Customer Service BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung memahami apa yang menjadi masalah nasabah sebesar 390. Sedangkan indikator yang menghasilkan skor terendah adalah Customer Service BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung tidak menaruh curiga kepada nasabahnya sebesar 267.

4.4.2 Analisis Deskriptif Mengenai Kepuasan Nasabah Pada BANK BCA Cabang Asia Afrika Bandung.

Tanggapan responden tentang variabel kepuasan nasabahnya menghasilkan total skor actual dari keseluruhan indikator kepuasan nasabah sebesar 2580 (64,5%) yang berada dalam kategori “cukup baik” karena berada dalam interval 52%-68%. Artinya secara keseluruhan kepuasan nasabah Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung dinilai cukup baik. Indikator dengan skor tertinggi pada merasa puas akan pelayanan yang diberikan customer service Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung karena mampu memecahkan masalah yang dihadapi nasabahnya sebesar 390, sedangkan indikator dengan skor terendah adalah pada merasa puas akan pelayanan yang diberikan customer service Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung karena sangat cepat dan tanggap dalam memberikan informasi untuk nasabahnya sebesar 253.

4.4.3 Analisis Deskriptif Mengenai Komunikasi Interpersonal *Customer Service* Pada BANK BCA Cabang Asia Afrika Bandung.

Hasil pengujian hipotesis variabel komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai t-hitung = 18,236 > nilai t-tabel (88) dengan signifikansi 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < 0,05 maka H_a diterima yang artinya komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya dengan semakin baiknya komunikasi interpersonal customer service ketika melayani nasabah maka akan semakin meningkatkannya kepuasan nasabah Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung. Komunikasi interpersonal dinilai paling efektif dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen atau pembeli akan mendapatkan penjelasan yang sangat jelas mengenai produk barang atau jasa yang kita miliki dan sangat jelas dan rinci, bahkan ketika ada sesuatu hal yang dirasa kurang maka

konsumen atau pembeli tersebut bisa secara langsung menanyakannya secara langsung. Proses inilah yang banyak membuat para konsumen merasa terpuaskan atas informasi yang didapatkan mengenai produk tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, mana peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai komunikasi interpersonal *customer service* pada Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung secara keseluruhan dapat dinilai sudah baik dengan persentase sebesar 69,5%.
2. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai kepuasan nasabah pada Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika secara keseluruhan dapat dinilai cukup baik dengan persentase sebesar 64,5%.

Berdasarkan hasil uji hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal *customer service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dimasa mendatang, antara lain sebagai berikut :

5.2.1 Saran Akademis

1. Saran akademis dengan adanya hasil penelitian ini, sebaiknya bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian lebih memfokuskan pada pengukuran seberapa efektif penerapan komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kepuasan nasabah, diharapkan untuk dapat lebih luas lagi pembahasan-pembahasan tentang komunikasi interpersonal..
2. Untuk Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan model analisis yang lain agar hasil dari penelitiannya dapat dianalisis secara mendalam lagi.
3. Untuk penelitian selanjutnya juga dapat melakukan penelitian serupa dengan menentukan karakteristik responden yang lebih spesifik, seperti pendapatan perbulan dan pendidikan terakhir.

5.2.2 Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, diharapkan Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung sebaiknya menempatkan *customer service* di *front office* yang memang sudah mampu untuk berkomunikasi dengan baik kepada para nasabah.

2. Diharapkan Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung sebaiknya lebih memperhatikan lagi kinerja dari bagian *customer service* khususnya, karena melalui *customer service* tersebutlah diharapkan menjadi jembatan untuk mempererat hubungan dengan nasabahnya demi tercipta hubungan yang baik dan menguntungkan perusahaan.

Bagi *customer service* Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung sebaiknya lebih gesit dan tanggap pada setiap keluhan yang disampaikan oleh nasabahnya dengan memberikan berbagai keterangan-keterangan yang dibutuhkan oleh para nasabah tersebut, hal itu merupakan salah satu tindakan dalam menjaga hubungan yang baik kepada para nasabah di Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung,



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, (2014), *PenelitianTindakanKelas*, Jakarta:PT BumiAksara
- Devito, Joseph A, (2011), *KomunikasiAntarManusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Ghozali, Imam, (2013), *AplikasiAnalisisMultivariatdengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Semarang :PenerbitUniversitasDiponegoro.
- Iskandar, Syamsu, (2008), *Bank danLembagaKeuangan Lain*, Jakarta : PT SemestaAsaBersama.
- Kasmir,(2008),*Bank danLembagaKeuanganLainnya*.EdisiRevisi 2008. Jakarta: PT. RajagrafindoPersada.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary.(1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Phillip, dan Keller, Kevin Lane, (2012:27), *ManajemenPemasaranedisiketigabelasjilid 1 dan 2 dialihbahasakanoleh Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga
- Mulyana, Deddy, (2005), *IlmuKomunikasiSuatuPengantar*. Bandung :RemajaRosdakarya.
- Ruslan, Rosady, (2004), *Metode Penelitian Public Relation*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady, (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*.Jakarta :Rajawali Pers.
- Sugiyono, (2014), *MetodePenelitianKuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PenerbitAlfabeta.
- Suranto, A.W, (2011), *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta :GrahaIlmu.
- Tjiptono, Fandy, (2011), *Pemasaranjasa*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.